

Research on the Construction of the Quality Index System of Cross-Border E-Commerce Logistics Service

Linfeng Zhang

Chongqing Institute of Humanities Science and Technology, Chongqing
Email: 250467327@qq.com

Received: Sep. 8th, 2017; accepted: Sep. 22nd, 2017; published: Sep. 27th, 2017

Abstract

This article builds 5 dimensions and 22 multi-item cross-border electricity index system of logistics service quality based on the domestic and international cross-border electricity business logistics service quality research, the SERVQUAL scale, LSQ model and cross-border electricity logistics services, and the analysis of the current situation. Secondly, according to the model of dimensions and indicators to form scale and questionnaire, the correlation analysis to verify this model of index system and selection, after eliminating five indicators index system is reasonable. In the end, we put forward electric business and logistics enterprises need to focus on increasing availability and economy of two dimensions.

Keywords

Cross-Border Electronic Business Logistics, Index System, Logistics Service Quality

跨境电商物流服务质量指标体系的构建研究

张林凤

重庆人文科技学院, 重庆
Email: 250467327@qq.com

收稿日期: 2017年9月8日; 录用日期: 2017年9月22日; 发布日期: 2017年9月27日

摘要

本文在对国内外跨境电商物流、物流服务质量相关文献研究基础上, 根据SERVQUAL量表、LSQ模型及

跨境电商物流服务的现状分析, 初步构建5维度22问项跨境电商物流服务质量的指标体系, 其次, 根据构建模型的维度和指标形成量表和问卷进行调研, 采用相关性分析对模型的指标体系进行验证和筛选, 剔除5个指标后的指标体系是合理的, 最后, 提出电商及物流企业需重点提高可得性和经济性两个维度。

关键词

跨境电商物流, 指标体系, 物流服务质量

Copyright © 2017 by author and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近来, 跨境电子商务在我国逐渐兴起并不断发展, 越来越多的国人加入海外购物的行列, 跨境电子商务成为我国贸易发展的新增长点。不同类型的跨境购物电子商务平台涌现, 让消费者足不出户就能以较低的价格购买到海外产品, 满足了国人追求国际化高品质生活的需求; 另一方面, 也促使越来越多传统零售企业和从事电子商务的企业入局。商务部数据显示, 中国主要跨境电商交易额平均增长率在 40% 左右, 其中进口网络零售增长率在 60% 左右。网络零售平台引入美国、欧洲等 25 个以上国家和地区的 5000 多个海外知名品牌的全进口品类, 国内超过 5000 个商家的 5000 万种折扣商品售卖到包括“一带一路”沿线的 64 个国家和地区。对于跨境电商来说, 物流是其最后的重要的一环, 由于我国跨境消费维权机制尚未建立, 跨境消费维权难度很大等原因, 消费者跨境消费投诉呈现激增态势。对此, 学术界围绕该问题做了一些研究。来有为(2014) [1]从宏观视角阐述了中国跨境电商的发展形态和物流等方面的障碍性因素。曹淑艳(2013)等[2]研究了跨境电商第三方物流模式的优劣势。吕红(2014) [3]从出口跨境电商的角度分析了物流存在的问题。赵广华(2014) [4]从第四方物流视角, 阐述了第四方物流与跨境电商发展的耦合机理。李艳菊(2014) [5]从物流企业的角度分析了在跨境电商环境下快递公司的发展对策。综上所述, 研究哪些指标影响跨境电商的物流服务质量对消费者影响程度显得至关重要。本文通过对国内外的文献成果进行分析, 构建跨境电商物流服务质量的评价指标体系, 以此设计调查问卷, 通过数据分析, 筛选出符合消费者需求的跨境电商物流服务质量指标体系, 旨在提高我国跨境电商的顾客满意度。

2. 跨进电商物流相关理论研究

跨境电商模式在外国起步比较早, 尤其是在欧美等发达国家, 跨境电子商务已经日趋完善, 跨境电商物流的运作也比较成熟, 如 Nuray Terzia (2011) [6]认为跨境电子商务将给发展中国家国际贸易发展带来巨大益处。Abbas Asosheh (2012) [7]提出了一个 B2B 跨境电子商务模型, 其中包括信息层、业务流程层和内容层。DWC Wong 等人(2014) [8]通过建立一个包括了成本、时间、质量和灵活性四个维度的评价体系对比评估了海外直邮和保税仓两种跨境物流运作方式的优劣势, 并将这个评价体系应用于对珠三角一带第三方物流运输的绩效评估中, 提出相应的资源分配和仓库分布等改进建议。

目前我国跨境电子商务物流还是一个比较新颖的研究主题, 国内学者对这一方面的研究还较少, 主要集中在对我国跨境电商物流现状及解决对策的分析以及对我国跨境电商现有模式的分析和未来跨境物流模式的探索两个方面。曹旭光(2015) [9]等人通过分析当代跨境电子商务物流发展的趋势, 总结出阿里巴巴跨境电商物流商业模式是凭借互联网、大数据、云计算技术, 整合物流优势资源; 亚马逊跨境电商物流商业模式是以遍布全球的 FBA 仓优势资源, 提供集仓储、库存、配送一体的多样化跨境电商物流解

决方案；京东跨境电商物流商业模式是以完善的国内电商物流体系，用整合资源+自建物流体系的方式拓展跨境电商物流体系建设；小而美的跨境电商物流商业模式：以成熟的海外仓运营模式，灵活的方式植入大型商业生态系统跨境电商物流体系；跨境电商物流联盟商业模式是借鉴万国邮政联盟对跨境电商物流的垄断，民营快递拓展联盟方式建立跨境电商物流体系。梁胜利(2016) [10]立足于跨境电商的主体对象(即中小型企业)现状，深入分析其目前跨境物流渠道优缺点，进而基于跨境电商平台，联合中小企业，构建专线物流，建立海外仓，以此来优化跨境物流渠道。

在跨境电商物流的诸多文献研究中，大多数学者主要从对跨境电商物流的现状、问题、对策及物流模式的研究，但从物流服务质量角度去研究还比较鲜见。本人在前人研究的基础上，根据物流服务质量认可度最高、应用范围最广 SERVQUAL 量表和 LSQ 量表，结合跨境电商物流的现状建立跨境电商物流服务质量评价指标体系。

3. 跨境电商物流服务质量指标体系的初步构建

(一) 物流服务质量评价指标维度相关研究概述

在众多有关服务质量的研究中，PZB [11]从有形性、可靠性、响应性、保证性和关怀性提出服务质量评估量表，即 SERVQUAL [12]量表。另一个由 MENTZER (2001) [13]研究提出。MENTZER 提出以物流服务发生时间过程为基础的客户导向的 LSQ [14]模型。跨境电商与传统电商虽都基于互联网的平台，在实际操作中却有着不小的差别。即中国跨境电商的物流体系无法照搬传统电商的物流经验，更不能照搬照抄国外的跨境电商物流经验，而是要结合我国跨境电商物流的现状，建立符合我国国情的跨境电商物流服务质量评价指标体系，提高消费者的满意度。

(二) 跨境电商物流的现状分析[15]

(1) 高昂的物流运输成本

目前我国的跨境电商物流都要涉及本国物流运输和海关检验、外国物流运输等多个复杂环节，要支付一层又一层的通关清关费用；此外考虑到物理距离的长度一般只能采用空运或海运的方式进行运输，导致国际物流运输的费用居高不下。

(2) 漫长的物流运输时间

跨境电商物流在整个运输途中要跨越多个国家和地区，配送的距离相对较长，而且各国的通关清关和检疫的手续复杂，因此跨境电商物流的快递运输时长要远远超过境内运输，大大影响了跨境购物的时效性。

(3) 退换货服务难兑现

目前由于货物配送时间长、运输成本高昂，在发生货品遗失、货物与描述不匹配等误差问题时，商家往往无法承担高昂的退换货成本，考虑到退换货浪费的时间成本，退换货带来的一系列损失甚至可能超出货物原有的价值，因此客户的退换货要求常常无法兑现，这是目前跨境电商买家投诉最多的问题之一。

(4) 政治、文化、海关的风险

由于跨境电商物流涉及不同国家和地区，受到当地的政治文化的影响极深，每一个国际都有其独特的海关查验标准，若一国的政局动荡或是相关政策发生了调整 and 变化都将影响跨境电商物流的服务质量。

(三) 跨境电商物流服务质量指标体系构建思路

通过研究大量物流服务质量指标相关的文献资料，SERVQUAL 和 LSQ 理论模型是目前较成体系的物流服务质量评价研究理论。综合考虑跨境电商物流的现状，听取相关专家的意见，构建初始评价体系。评价体系的构建思路见图 1 所示[16]。

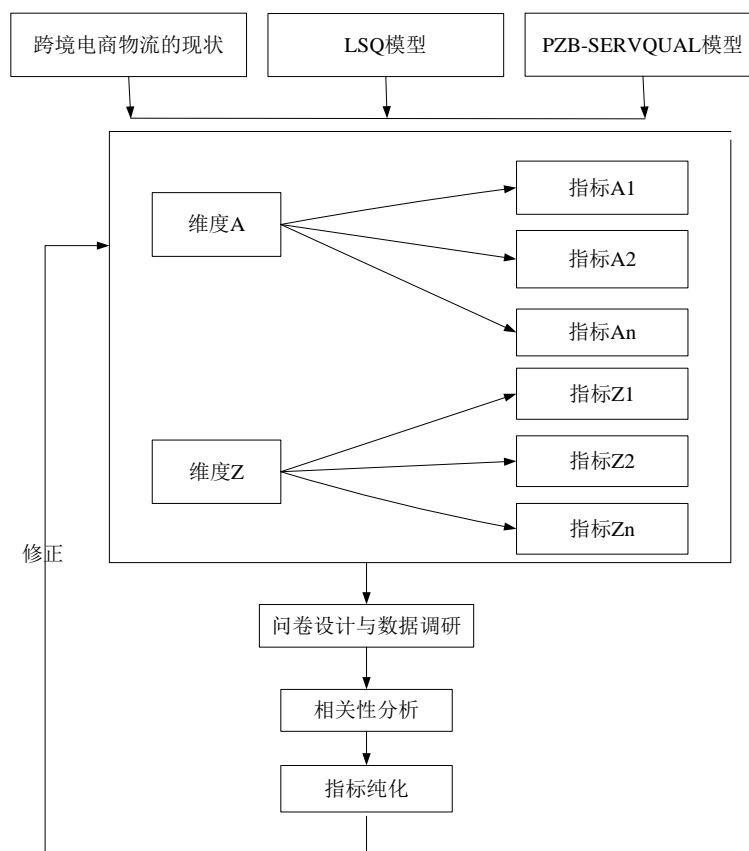


Figure 1. Construction model of the quality index of cross-border e-commerce logistics service

图 1. 跨境电商物流服务质量指标构建模型

(四) 评价因素及指标的确定

跨境电商物流服务质量评价模型的建立，主要根据 LSQ 和 SERVQUAL 模型及结合跨境电商物流的现状等，模型从可靠性、响应性、关怀性、可得性和经济性五个维度加以考虑，每个评价维度对应的评价指标如表 1 所示。

1、服务可得性

服务可得性指该跨境电商商家现有物流配送和服务能力满足消费者需求的程度，包括网络覆盖范围、报关清关能力以及发布在途货物运输信息并确保信息准确无误等指标。

2、服务响应性

服务的响应性是指消费者在电子商务物流服务中可以及时获得服务，避免消费者长时间等待，出现问题能够迅速解决。具体指：客服人员在线反应能力，消费投诉意见的处理速度，退换货的处理速度，意外事件的应急处理速度及订单发货速度等。

3、服务可靠性

服务可靠性是指企业能否准时、准确、完好的为消费者提供所承诺的服务的能力。比如货物是否可以完好无损、准确无误地送到消费者手中、是否在承诺的送货时间范围内、线上显示的物流信息是否正确可靠等。

4、服务关怀性

服务关怀性更多的考虑物流服务人员的职业素养。比如：服务人员态度、服务人员专业知识能力、

Table 1. Initial evaluation index system of rural e-commerce logistics service quality
表 1. 初始的农村电商物流服务质量评价指标体系

维度	二级指标
服务可得性 A	报关清关能力 A1
	信息的可得性 A2
	信息的准确性 A3
	退换货便利性 A4
	网络覆盖率 A5
服务响应性 B	付款方式便利性 A6
	退换货速度响应性 B1
	客户投诉处理速度 B2
	货物毁损、遗失处理速度 B3
服务可靠性 C	客服应答及时性 B4
	订单响应时间 B5
	货物完好性 C1
	到货正确率 C2
	线上显示物流信息准确率 C3
服务关怀性 D	物流服务人员态度 D1
	物流服务人员着装统一、正规 D2
	到件电话通知并确认 D3
	主动提醒客户验货 D4
服务经济性 E	问询客户需求 D5
	价格合理 E1
	计价方式灵活 E2
	误差处理的费用合理 E3

物流服务人员着装是否统一、正规、到货后是否电话或短信通知，是否主动提醒验货以及是否问询用户需求等。

5、服务经济性

顾客支付的物流服务价格合理。选择跨境消费的顾客对价格相对敏感，运费相较国内物流跨境运费较高，是否包邮成为很多消费者选择购买的重要影响因素，因此经济性这一维度是衡量跨境电子商务环境下物流服务质量的重要因素，这一维度具体包括价格合理、计价方式灵活和误差处理费用合理三个方面。

4. 指标体系的验证

(一) 评价模型的问卷调查与样本统计

1、问卷的设计

以跨境电商物流服务质量评价初始量表为依据，将问卷设计成三部分内容：

(1) 问卷开头部分。介绍此次问卷调查的主要内容、用途，并声明将对被调查者相关信息进行保密。

(2) 问卷总共包含两部分。第一部分是调查者的基本信息。性别、年龄、文化程度、收入、是否有使用网购经历以及网购的频率；第二部分是跨境电商物流服务质量，一共有 22 个测量题项。

(3) 根据跨境电商物流服务评价量表中的 22 个评价指标，针对每个评价指标设计一个问题，例如服务经济型维度的价格合理这一指标可以这样设计问题，您认为跨境电商购物的物流运费合理吗？A 非常不合理 B 不合理 C 一般 D 合理 E 非常合理。为了保证数据分析的一致性，问题结果采用李克特(Likert)的 5 点尺度来计量，1 为最低，5 为最高，最终得到的数据将作为评价指标筛选的依据。

2、问卷调查与样本统计

问卷的发放主要通过纸质问卷和网络问卷相结合的方式完成的。其中，网络问卷主要利用问卷星、爱调研等专业的网上调研平台，通过 QQ、微信、电子邮件等方式发放，网络问卷的优势在于随机抽样的范围比较广，针对性较强。

本次问卷调查一共经历了半年的时间，从 2016 年 4 月份到 10 月份结束，一共发放了 400 份问卷，由于时间、经费有限，所涉及的调查对象均为重庆市具有跨境电商网购经历的大学生、公司白领、全职太太等，共收回 183 份，有效问卷 168 份，问卷有效率为 91.8%，问卷回收率为 45.7%。

(二) 评价模型的校验

为了验证跨境电商物流服务质量评价模型的有效性和科学性，需要对初始评价模型进行相关性分析，以对指标进行筛选和调整，确定最终的评价模型和量表。

1、评价因素总体相关性分析

利用统计分析软件 SPSS 计算出五个维度的 Cronbach's α 系数，如表 2 所示，每个维度的 Cronbach's α 都大于 0.7，说明维度间内在信度较高。

根据表 3，删除相关性小于 0.4 的指标即：报关清关能力(A1)、网络覆盖率(A5)、客户投诉处理速度(B2)、快递人员着装统一、正规(D2)、发货前短信或电话确认订单(D3) 5 个指标，筛选和纯化后的指标体系如表 4 所示。

5. 研究结论

1、构建的五维度是合理的

通过上面表 2 可以看到 Cronbach's α 系数服务响应性 > 服务可靠性 > 服务关怀性 > 服务可得性 > 服务经济性，五个维度 Cronbach's α 均大于 0.7，说明数据是有一定参考意义的，设计的五维度是合理的，服务可得性和服务经济性两个维度是需要电商及物流企业重点关注的。

2、重点关注可得性及经济性指标

通过表 3 可以看出，删除 5 个相关系数小于 0.4 的指标后，其余 17 个指标排在前五位分别是：到货正确率、价格合理、订单响应时间、客服应答及时性、线上显示物流信息准确率，排在后五位的分别是：

Table 2. Dimension Cronbach's α table

表 2. 维度 Cronbach's α 表

维度	Cronbach's α
服务可得性	0.741
服务响应性	0.870
服务可靠性	0.820
服务关怀性	0.782
服务经济性	0.701

Table 3. The overall correlation table of indicators**表 3.** 指标间总体相关系数表

指标	校正的项总计相关性系数	排序
报关清关能力 A1	0.266	—
信息的可得性 A2	0.541	11
信息的准确性 A3	0.475	12
退换货便利性 A4	0.453	13
网络覆盖率 A5	0.152	—
付款方式便利性 A6	0.445	14
退换货速度响应性 B1	0.629	7
客户投诉处理速度 B2	0.243	—
货物毁损、遗失处理速度 B3	0.633	6
客服应答及时性 B4	0.769	4
订单响应时间 B5	0.796	3
货物完好性 C1	0.589	9
到货正确率 C2	0.826	1
线上显示物流信息准确率 C3	0.713	5
物流服务人员态度 D1	0.592	8
物流服务人员着装统一、正规 D2	0.293	—
到件电话通知并确认 D3	0.235	—
主动提醒客户验货 D4	0.558	10
问询客户需求 D5	0.435	15
价格合理 E1	0.811	2
计价方式灵活 E2	0.431	16
误差处理的费用合理 E3	0.422	17

Table 4. Screening and purification of the index system**表 4.** 筛选和纯化后的指标体系

维度	指标
服务可得性 A	信息的可得性 A2
	信息的准确性 A3
	退换货便利性 A4
	付款方式便利性 A6
	退换货速度响应性 B1
	货物毁损、遗失处理速度 B3
服务响应性 B	客服应答及时性 B4
	订单响应时间 B5
	到货正确率 C2
服务可靠性 C	线上显示物流信息准确率 C3
	物流服务人员态度 D1
服务关怀性 D	主动提醒客户验货 D4
	问询客户需求 D5
	价格合理 E1
服务经济性 E	计价方式灵活 E2
	误差处理的费用合理 E3

误差处理的费用合理、计价方式灵活、问询客户需求、退换货便利性、付款方式便利性。说明响应性和可靠性维度基本满足跨境电商消费者的需求，但经济性和可得性需要电商及物流企业加强关注，提高跨境电商物流服务质量。

参考文献 (References)

- [1] 来有为, 王开前. 中国跨境电子商务发展形态、障碍性因素及其下一步[J]. 改革, 2014(5): 68-74.
- [2] 曹淑艳, 李振欣. 跨境电子商务第三方物流模式研究[J]. 电子商务, 2013(3): 23-25.
- [3] 吕红. 跨境电子商务零售物流问题探析[J]. 对外经贸实务, 2014(5): 87-89.
- [4] 赵广华. 破解跨境电子商务物流难的新思路[J]. 中国经贸导刊, 2014(26): 16-20.
- [5] 李艳菊. 跨境电子商务环境下速递物流企业的发展对策分析[J]. 物流技术, 2014(23): 152-154.
- [6] Terzia, N. (2011) The Impact of E-Commerce on International Trade and Employment. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, **24**, 745-753. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.010>
- [7] Shahidi-Nejad, A.A.H. and Khodkari, H. (2012) A Model of a Localized Cross-Border E-Commerce. *I Business*, **4**, 136-145.
- [8] Wong, D.W., Choy, K.L., Chow, H.K.H. and Lin, C. (2014) Assessing a Cross-Border Logistics Policy Using a Performance Measurement System Framework: The Case of Hong Kong and the Pearl River Delta Region. *International Journal of Systems Science*, **45**, 1306-1320. <https://doi.org/10.1080/00207721.2012.761468>
- [9] 曹旭光, 王金光, 刘希全. 跨境电子商务的物流商业模式及其创新途径[J]. 对外经贸实务, 2015(10): 93-96.
- [10] 梁胜利. 试论中小企业跨境电商物流渠道的选择[J]. 商业经济研究, 2016(9): 76-78.
- [11] Lalonde, B.J. and Zinszer, P.H. (1976) Customer Service: Meaning and Measurement Chicago. *National Council of Physical Distribution Management*, **4**, 59-64.
- [12] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988) Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, **64**, 12-40.
- [13] Mentzer, J.T., Flint, D.J. and Kent, J.L. (2001) Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process. *Journal of Marketing*, **65**, 82-104. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.4.82.18390>
- [14] Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992) Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, **56**, 55-68. <https://doi.org/10.2307/1252296>
- [15] 田雪, 牛鹏飞, 王晨, 段逸萱. 跨境电商物流服务质量评价指标的构建及分析[J]. 中国市场, 2016(45): 26-27 + 40.
- [16] 陈璐颖. B2C 跨境电商快递物流服务质量评价维度构成研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东财经大学, 2016.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2167-664X, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: mse@hanspub.org